

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
кафедра германської філології та перекладу

**ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕКЛАДУ
КУЛЬТУРНО СПЕЦИФІЧНИХ ПОНЯТЬ ТА ЇХ АДАПТАЦІЇ
В УКРАЇНСЬКОМУ КОНТЕКСТІ. ПЕРЕКЛАД ІДИОМ
ТА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З НІМЕЦЬКОЇ НА
УКРАЇНСЬКУ НА МАТЕРІАЛІ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ,
ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ ТА СУЧАСНИХ МЕДІА**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «бакалавр»
студентки 4-го курсу
освітньої програми
«Німецька філологія та переклад, англійська мова»,
спеціальність – 035.043 «Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – німецька»
Ал-Віндаві Сара Усама
Науковий керівник:
Ас. Грищенко Валентин Петрович

«Допущено до захисту»
Протокол засідання
кафедри германської філології та перекладу
протокол № 12 від « 12 » червня 2025 року
завідувач кафедри Сас
к.філол.н., доц. Олександр СТАСЮК

КИЇВ
2025

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	3
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПЕРЕКЛАДУ КУЛЬТУРНО СПЕЦИФІЧНИХ ПОНЯТЬ.....	9
1.1. Поняття культурно специфічних реалій у перекладі.....	9
1.2. Ідіоми та фразеологізми як культурно специфічні елементи.....	13
1.3. Основні підходи до перекладу культурно специфічних елементів.....	16
РОЗДІЛ 2. ПЕРЕКЛАД ІДИОМ ТА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ХУДОЖНІХ ТВОРАХ.....	21
2.1. Аналіз німецьких ідіом у художніх текстах.....	21
2.2. Методологія перекладу фразеологізмів у літературі.....	24
2.3. Порівняльний аналіз перекладених ідіом у німецьких та українських художніх текстах.....	27
РОЗДІЛ 3. ПЕРЕКЛАД ІДИОМ ТА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ ТА МЕДІА.....	32
3.1. Ідіоми та фразеологізми у публіцистичних текстах.....	32
3.2. Переклад ідіом у сучасних медіа.....	38
3.3. Особливості перекладу ідіом у медійному просторі: виклики та перспективи.....	40
ВИСНОВКИ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47

АНОТАЦІЯ

У дослідження розглянуто поняття культурно специфічних реалій у процесі перекладу, оскільки це складний процес, що потребує від перекладача не тільки високого рівня опанування обома мовами, але й поглибленого розуміння історії та культури, соціального контексту. Було з'ясовано, що у власній діяльності перекладач має балансувати між точним відтворенням тексту та його адаптацією до норм культури цільової аудиторії, що сприяє не лише збереженню оригінального сенсу, але й робить його зрозумілим для нової аудиторії.

Здійснений аналіз німецьких ідіом у художніх текстах надає інформацію про те, що вони важливі у процесі утворення глибокого сенсу, передачі емоційного стану та характеристики персонажів. Ідіоми у літературі виступають не тільки важливим кроком для розуміння мови, але й культурних особливостей, що за нею стоїть.

Ми визначили, що перекладач має враховувати не тільки лексичне значення, а й емоційне забарвлення, стилістичні функції та культурні асоціації, щоб якісно транслювати сенс фразеологізмів у цільовій мові. Здійснений порівняльний аналіз перекладених ідіом у німецьких та українських художніх текстах дозволяє визначити складність та особливості діяльності перекладача.

Попри технологічний прогрес, людський фактор залишається критично важливим. Перекладачі, що гарно орієнтуються у культурному контексту та володіють творчим підходом, здатні знаходити вдалі рішення для трансляції змісту ідіом. Враховуючи це, перекладачі здатні підтримувати виразність та точність, що дозволяє розбудовувати міжкультурні комунікації, розширювати світогляд аудиторії.

Ключові слова: переклад, калькування, ідіома, фразеологізм, культурноспецифічні елементи, медійний простір, національні стереотипи, семантичний еквівалент.

ANNOTATION

The study examines the concept of culturally specific realities in the translation process, as this is a complex process that requires the translator not only a high level of mastery of both languages, but also an in-depth understanding of history and culture, and social context. It was found that in their own work, the translator must balance between the accurate reproduction of the text and its adaptation to the cultural norms of the target audience, which contributes not only to the preservation of the original meaning, but also makes it understandable to a new audience.

The analysis of German idioms in literary texts provides information that they are important in the process of forming deep meaning, conveying emotional states, and characterizing characters. Idioms in literature are not only an important step in understanding language, but also the cultural characteristics behind it.

We determined that a translator must take into account not only lexical meaning, but also emotional coloring, stylistic functions, and cultural associations in order to qualitatively convey the meaning of phraseological units in the target language. The comparative analysis of translated idioms in German and Ukrainian literary texts allows us to determine the complexity and peculiarities of the translator's work.

Despite technological progress, the human factor remains critically important. Translators who are well-versed in the cultural context and have a creative approach are able to find successful solutions for translating the meaning of idioms. Given this, translators are able to maintain expressiveness and accuracy, which allows them to build intercultural communications and broaden the audience's worldview.

Keywords: *translation, tracing, idiom, phraseology, culturally specific elements, media space, national stereotypes, semantic equivalent.*

ВСТУП

Актуальність дослідження перекладу культурно-специфічних понять, зокрема ідіом та фразеологізмів, з німецької на українську мову є надзвичайно важливою з огляду на зростаючий обсяг міжкультурних комунікацій, глобалізацію та потребу в адекватному відтворенні іншомовних реалій у різних жанрах текстів.

У сучасних умовах важливо зберегти культурні особливості при перекладі, після чого вони формують національну ідентичність та унікальний світогляд. Ідіоми та фразеологізми, як складники культурного кодексу, є одними з найскладніших елементів для перекладу, після чого вони несуть не лише лінгвістичне, а й культурне навантаження. Неможливість їхнього прямого перекладу вимагає від перекладача вміння творчо підходити до процесу, щоб зберегти як семантичний зміст, так і стилістичну забарвленість.

Це особливо стає при перекладі художніх творів, де мова відтворює почуття та естетичні особливості оригіналу, а також публіцистичних текстів та медіа, які швидко розвиваються і формують громадську думку.

Врахування культурної специфіки, правильне передавання ідіом та фразеологізмів при перекладі з німецької на українську мову не лише кращому розумінню тексту, але й збагаченню української мови новими мовними явищами.

Об'єктом дослідження є культурно-специфічні поняття, зокрема ідіоми та фразеологізми, в німецькій та українській мовах, а також їх функціонування в різних типах текстів, таких як художні твори, публіцистичні матеріали та сучасні медіа.

Предметом дослідження є процес перекладу німецьких ідіом та фразеологізмів на українську мову, а також їх адаптація до українського культурного контексту. Досліджується, як зберігаються змістові та стилістичні особливості оригінальних виразів під час перекладу.

Метою дослідження є вивчення особливостей перекладу ідіом та фразеологізмів з німецької мови на українську з урахуванням культурної специфіки, а також розробка рекомендацій для адекватного відтворення цих елементів у різних текстових жанрах.

Завдання дослідження:

1. Дослідити поняття культурно специфічних реалій у перекладі, зокрема їхню роль у передачі національної ідентичності та культурних особливостей через мову.
2. Проаналізувати ідіоми та фразеологізми як культурно специфічні елементи, виявити їхню функцію в німецькій та українській мовах і визначити труднощі, пов'язані з їх перекладом.
3. Вивчити основні підходи до перекладу культурно специфічних елементів, зокрема ідіом та фразеологізмів, у різних жанрах текстів, включаючи художні, публіцистичні та медійні матеріали.
4. Провести аналіз німецьких ідіом у художніх текстах, визначити їхню культурну значущість і методи перекладу на українську мову.
5. Визначити методологію перекладу фразеологізмів у літературі, враховуючи стилістичні та семантичні особливості оригіналу та перекладу.
6. Здійснити порівняльний аналіз перекладених ідіом у німецьких та українських художніх текстах, дослідити відповідність перекладу культурним та мовним нормам.
7. Проаналізувати використання ідіом та фразеологізмів у публіцистичних текстах, розглянути їхню роль у формуванні громадської думки та вплив на культурний контекст.
8. Дослідити особливості перекладу ідіом у сучасних медіа, зокрема виклики, з якими стикаються перекладачі при адаптації цих елементів до сучасного інформаційного простору.

9. Розглянути специфічні проблеми та перспективи перекладу ідіом у медійному просторі, враховуючи динаміку сучасної мови та швидкий розвиток медіа.

Наукова новизна роботи виникає в комплексному підході до дослідження перекладу німецьких ідіом та фразеологізмів на українську мову з акцентом на їхню культурну адаптацію в різних жанрах текстів, таких як художні твори, публіцистика та сучасні медіа.

У роботі вперше детально проаналізовано специфіку відтворення культурно маркованих елементів у перекладі з німецької на українську з урахуванням не тільки лінгвістичних, але й соціокультурних факторів. Також розроблено практичні рекомендації для перекладачів щодо збереження стилістичних і семантичних особливостей ідіоматичних виразів у процесі перекладу, що сприяє збагаченню перекладознавчої теорії і практики в українському контексті.

Теоретичне значення дослідження відбувається в розширених наукових уявленнях про специфіку перекладу культурно маркованих елементів, таких як ідіоми та фразеологізми, з німецької на українську мову. Дослідження сприяє подальшому розвитку перекладознавчої теорії, особливо в аспекті міжкультурної комунікації та адаптації мовних одиниць, які відповідають культурним особливостям, до нових лінгвокультурних умов. Воно також розширює наукові знання про лінгвістичні механізми збереження змісту і стилістики при перекладі фразеологізмів.

Практичне значення роботи відбувається в можливості використання отриманих результатів у практиці перекладу художніх, публіцистичних та медіатекстів, зокрема при перекладі ідіом та фразеологізмів, що мають культурну специфіку. Розроблені рекомендації можуть бути корисними для перекладачів, редакторів та дослідників, а також можуть бути використані в навчальних програмах для підготовки перекладачів і лінгвістів.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів (9 підрозділів), загальних висновків, списку використаних джерел.

Загальна кількість сторінок – 51 (з них основного тексту – 42).

Загальна кількість джерел – 50.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПЕРЕКЛАДУ КУЛЬТУРНО СПЕЦИФІЧНИХ ПОНЯТЬ

1.1. Поняття культурно специфічних реалій у перекладі

Поняття культурно специфічних реалій у перекладі є важливою складовою міжкультурної комунікації та перекладознавства. Культурно специфічні реалії – це слова, вирази або поняття, що відображають унікальні для певної культури явища, традиції, звичаї або побутові особливості, які не мають точних відповідників у мовах інших культур. Вони можуть охоплювати різні аспекти життя: від соціальних інститутів до національної кухні чи історичних подій.

У процесі перекладу такі елементи створюють значні труднощі, оскільки їхнє буквальне передавання не завжди здатне передати повний спектр значень і культурних конотацій [Воробйова 2020, с. 43].

Перекладачеві необхідно знайти баланс між точністю передачі змісту та адаптацією тексту до сприйняття іншою культурою. Це часто передбачає застосування різних технік перекладу, таких як транслітерація, калькування, пояснювальні переклади або заміна реалії на культурно близький аналог у мові перекладу.

Основною метою при перекладі культурно специфічних реалій є не лише збереження інформативного змісту, а й передача емоційного забарвлення та культурної цінності поняття, аби максимально наблизити текст до оригіналу, але при цьому зробити його зрозумілим для носіїв іншої культури. Це вимагає від перекладача глибокого знання обох культур та вміння творчо адаптувати культурно марковані елементи [Демецька 2007, с. 96].

Культурно специфічні реалії можуть включати широкий спектр явищ: географічні назви, національні страви, назви історичних подій, імена відомих постатей, елементи релігійних ритуалів, а також різні соціальні та політичні інститути. Їхня присутність у тексті вимагає від перекладача не просто

механічного перенесення термінів, а врахування культурного контексту та потенційної реакції цільової аудиторії. Наприклад, переклад реалій, що стосуються правових або суспільних систем, може бути особливо складним, оскільки ці поняття часто глибоко вкорінені в національних традиціях і не мають прямого відповідника в іншій культурі.

При перекладі культурно специфічних реалій важливо також враховувати аудиторію, для якої призначений переклад. Наприклад, для фахівців певної галузі (наприклад, істориків або лінгвістів) можуть використовуватися інші підходи, ніж для широкої публіки, яка може не мати достатньої обізнаності про реалії вихідної культури. Іноді перекладач може обирати прямий переклад із додаванням пояснень або приміток, щоб пояснити читачеві значення того чи іншого елемента. Іншими варіантами можуть бути використання описових фраз або навіть заміна на інший, культурно прийнятний для цільової аудиторії елемент [Коновалова&Зінченко 2022, с. 85].

Крім того, культурні реалії постійно змінюються під впливом часу та соціальних змін, що ускладнює їхнє перекладання у сучасному контексті. Це вимагає від перекладача не лише лінгвістичних знань, але й глибокого розуміння історичних, соціальних та політичних процесів, що впливають на формування культурно специфічних понять. Знання таких тонкощів дозволяє перекладачам більш адекватно передавати суть тексту, зберігаючи його автентичність та культурну ідентичність.

Культурно специфічні реалії можуть бути класифіковані за різними критеріями, що дозволяє краще зрозуміти їхню природу та вибрати відповідний спосіб перекладу. Однією з основних класифікацій є поділ реалій на географічні, етнографічні та соціально-політичні [Михайлова 2024, с. 14].

Географічні реалії охоплюють назви природних об'єктів (річок, гір, озер), кліматичні особливості та географічні регіони, які можуть мати унікальні назви та не піддаватися прямому перекладу. Наприклад, німецький вираз Schwarzwald (буквально «Чорний ліс») може не мати адекватного відповідника в українській

мові без додаткового пояснення, оскільки цей регіон є специфічним культурним і географічним об'єктом, відомим лише в певних контекстах.

Етнографічні реалії включають назви національних костюмів, свят, обрядів, традиційних страв або інструментів. Вони є важливими маркерами культурної ідентичності та потребують особливого підходу під час перекладу. Наприклад, переклад німецьких традиційних свят, таких як Oktoberfest (популярне пивне свято в Німеччині), вимагає або залишення назви без змін з поясненням у примітках, або пошуку аналогії, яка може викликати схожі асоціації у цільовій аудиторії. Зокрема, в українському контексті можна додати примітку, що пояснює культурне значення події [Степовенко&Овсієнко 2024, с. 158].

Соціально-політичні реалії стосуються назв інститутів, організацій, посад, адміністративних або юридичних понять. Наприклад, такі терміни, як Bundeskanzler (федеральний канцлер) або Reichstag (історичний парламент Німеччини), мають історично та політично обумовлене значення, яке складно передати без втрати частини культурного контексту. У таких випадках перекладач має враховувати не лише мовну еквівалентність, але й національні та політичні відмінності між двома країнами.

У перекладацькій практиці існує кілька основних підходів до відтворення культурно специфічних реалій. Першим є метод калькування, коли структура слова або виразу зберігається в перекладі, але семантичне навантаження може дещо змінюватися. Цей підхід добре працює для реалій, які легко інтерпретуються і не потребують глибокого культурного розуміння. Наприклад, німецьке слово Wolkenkratzer перекладається як «хмарочос», що дослівно відповідає змісту й легко зрозуміло в українському контексті [Томнюк&Павлюк 2020, с. 111].

Інший підхід – це транслітерація, коли слово залишається в оригінальній формі, але адаптується до правил цільової мови. Цей метод підходить для власних назв, специфічних термінів або культурних явищ, які неможливо

перекласти без втрати сенсу. Наприклад, такі назви, як Bretzel (традиційний німецький крендель), можуть залишатися у перекладі без змін з додаванням пояснення, оскільки цього продукту немає у традиційній українській культурі.

Ще одним підходом є дескриптивний переклад або пояснювальний переклад, коли замість буквального відтворення перекладач використовує опис або роз'яснення. Це часто застосовується для реалій, які не мають прямого відповідника в мові перекладу або є занадто специфічними для прямого перекладу. Наприклад, термін *Stammtisch*, який в Німеччині означає регулярні неформальні зустрічі в певному місці, може бути описаний як «група постійних відвідувачів кафе чи бару, що зустрічаються для соціальних обговорень». Такий підхід дозволяє передати зміст, але водночас зберігає певну дистанцію між культурними реаліями оригіналу та перекладу [Петренко 2021, с. 49].

Щодо викликів перекладу культурно специфічних реалій, однією з найбільших проблем є передавання культурних конотацій, які можуть нести додаткове значення для носіїв мови оригіналу. Це стосується таких аспектів, як гумор, іронія, або емоційний підтекст, що може бути втрачено при перекладі без відповідної культурної адаптації. Наприклад, переклад німецьких ідіом, що мають національний колорит, потребує не лише знання мови, а й розуміння культурних контекстів, щоб адекватно передати їх зміст українською мовою. Тому перекладачі часто використовують такі техніки, як частковий переклад із поясненням у примітках або пошук аналогічних ідіом в українській мові, які мають схоже значення, але відповідають культурі цільової аудиторії [Марковська&Саламатіна 2022, с. 40].

Таким чином, переклад культурно специфічних реалій є складним і багатограним процесом, що вимагає від перекладача не лише високого рівня володіння обома мовами, але й глибокого розуміння культур, історії та соціального контексту. Вибір конкретної стратегії залежить від типу тексту, аудиторії та мети перекладу, а також від рівня прийняття іншомовної культури в цільовому середовищі. У будь-якому випадку, перекладач має прагнути зберегти

баланс між збереженням культурного змісту оригіналу та його адаптацією до культурного контексту мови перекладу.

1.2. Ідіоми та фразеологізми як культурно специфічні елементи

Ідіоми та фразеологізми є одним із найяскравіших прикладів культурно специфічних елементів у мові, оскільки вони відображають унікальні риси світосприйняття, історичного досвіду та культурних традицій певного народу. Ці мовні одиниці мають сталий, часто образний характер і передають не лише буквальне, але й переносне значення, яке формується під впливом культури, побуту, менталітету та світогляду [Гамерська 2023, с. 22].

Ідіоми та фразеологізми несуть у собі значне культурне навантаження, адже часто виникають на основі специфічних подій, явищ або об'єктів, характерних для конкретної культури. Наприклад, німецька ідіома *Die Kuh vom Eis holen* («зняти корову з льоду») має культурно марковану основу, оскільки відображає досвід сільського життя, де розв'язання складної ситуації метафорично пов'язується з рятуванням тварини з небезпеки. У перекладі на українську мову такий вираз потребує адаптації, оскільки без пояснення або аналогії він може бути незрозумілим для українського читача.

Фразеологізми є важливими носіями національної самосвідомості, тому їх переклад вимагає особливої уваги, адже помилкове трактування може призвести до втрати суті виразу або до неправильної передачі емоційного й культурного контексту [Актуальні проблеми перекладознавства та методики навчання перекладу 2021, с. 66].

Часто переклад фразеологізмів супроводжується труднощами через те, що їхні еквіваленти в іншій мові можуть не існувати або мати зовсім інше значення. Наприклад, німецький фразеологізм *ins kalte Wasser springen* («стрибати в холодну воду») передає значення «зайнятися чимось без підготовки», і в українській мові для передавання цього значення найкраще підходить

аналогічний вираз «кинутися у вир подій». Однак навіть при наявності схожих фразеологізмів культурні конотації можуть різнитися, що ускладнює завдання перекладача.

Крім того, ідіоми часто втілюють національні стереотипи та культурні уявлення, які важко або неможливо передати без втрати культурного підтексту. Наприклад, німецький фразеологізм *Katzenjammer* («котячий плач») використовується для опису стану після надмірного вживання алкоголю, що відображає певну національну іронію щодо цієї теми [Гаврилова 2020, с. 92].

Українська мова має власні ідіоми для подібних ситуацій, але без культурної адаптації переклад може втратити гумористичний чи іронічний відтінок оригіналу. Така ж ситуація виникає при перекладі ідіом, що пов'язані з історичними або культурними подіями, добре відомими у певному національному середовищі, але незрозумілими за його межами.

Перекладач, стикаючись із ідіомами та фразеологізмами, повинен бути надзвичайно обережним, оскільки буквальний переклад таких виразів часто може призвести до повного спотворення сенсу. Тому для перекладу таких культурно специфічних елементів застосовуються різні методи: переклад за допомогою функціональних або семантичних еквівалентів, пояснювальний переклад або навіть заміна фразеологізму на інший, який має подібне значення в цільовій мові. Важливою умовою при цьому є збереження образності та експресивності виразу, оскільки ідіоми часто є емоційно насиченими елементами, що підсилюють виразність тексту [Горда 2021, с. 129].

Ідіоми та фразеологізми відіграють ключову роль у відображенні культурних специфік певного суспільства. Вони є не лише мовними конструкціями, але й носіями культурних, історичних і соціальних контекстів. Наприклад, українське висловлення «пити з ложки» вказує на економність, а в контексті української культури може також мати значення підтримки традиційного способу життя, де кожен шматок їжі цінується.

В англійській мові, фразеологізм «to bite the bullet» відображає ідею прийняття важкого рішення, що вимагає мужності. Це вираження бере свої корені з військової практики, коли солдатам, які отримували серйозні поранення, давали кулю для укусу, щоб зменшити біль під час операції. Це приклад того, як ідіома може бути пов'язана з історичним контекстом, відображаючи реалії та досвід людей певної епохи [Гудкова 2008, с. 33].

Ідіоми можуть також вказувати на соціальні норми. Наприклад, українське висловлення «не все те золото, що блищить» закликає до обережності у оцінці речей і людей, а також підкреслює цінність внутрішніх якостей у порівнянні з зовнішнім виглядом. Це висловлення демонструє глибоке розуміння української культури, де важливість добрих намірів і моральних якостей завжди ставилася вище за матеріальні цінності.

Крім того, фразеологізми можуть мати емоційне забарвлення. Наприклад, у російській мові існує вислів «душа нараспашку», що означає відкритість і щирість людини. Це вираження вказує на те, що в російській культурі цінуються емоційні зв'язки та відвертість у стосунках. Водночас в англійській мові фраза «wearing one's heart on one's sleeve» також означає відкритість, але вказує на вразливість людини, що може бути сприйнято як слабкість [Ізотова 2024, с. 9].

Важливим аспектом є також те, що ідіоми можуть бути специфічними для певних регіонів або соціальних груп. Наприклад, в українській мові існує фразеологізм «зайти в глухий кут», який часто використовується для опису ситуацій, де немає виходу. Однак його використання може змінюватися залежно від регіону. У західній Україні, наприклад, цей вираз може супроводжуватися конкретними культурними асоціаціями, пов'язаними з місцевими звичаями або історією.

Вивчення ідіом і фразеологізмів не лише збагачує словниковий запас, але й допомагає зрозуміти світосприйняття конкретної культури. Ідіоми можуть бути складними для перекладу, оскільки вони часто базуються на культурних контекстах, які можуть бути незрозумілі представникам інших культур.

Наприклад, вислів «kick the bucket» в англійській мові, що означає «померати», може викликати труднощі у перекладі, адже в інших мовах можуть використовуватися зовсім інші метафори для передачі цієї ідеї.

Крім того, ідіоми можуть змінюватися з плином часу, відображаючи зміни в суспільстві. Наприклад, з появою нових технологій у мові з'являються нові фразеологізми, які стають популярними серед молоді. Це ще раз підкреслює динамічність мови та її здатність адаптуватися до змін у культурному середовищі [Легкова 2022, с. 22].

Таким чином, ідіоми та фразеологізми як культурно специфічні елементи є важливим аспектом перекладу, що вимагає не лише знання мовних особливостей, але й глибокого розуміння культури, з якої вони походять.

У процесі перекладу перекладач повинен шукати баланс між точністю відтворення змісту та адаптацією виразу до культурних норм цільової аудиторії, що дозволить не лише зберегти оригінальний смисл, але й забезпечити його зрозумілість та прийнятність для нової аудиторії.

1.3. Основні підходи до перекладу культурно специфічних елементів

Переклад культурно специфічних елементів є складним завданням, оскільки такі елементи відображають не лише лексичне значення слів, але й глибокі культурні, соціальні та історичні контексти. Основні підходи до перекладу цих елементів можна розглядати через призму адаптації, еквівалентності, калькування та пояснення [Сидоренко 2020, с. 56].

Адаптація є одним з найпоширеніших підходів до перекладу культурно специфічних елементів. Цей метод передбачає заміну елемента, що не має прямого відповідника в мові перекладу, на елемент, який буде зрозумілий цільовій аудиторії. Наприклад, в українській культурі особливе місце займає свято Івана Купала, яке має глибокі корені в народних традиціях.

При перекладі тексту, де згадується це свято, можна використовувати терміни, які передадуть атмосферу свята, але будуть адаптовані до культури цільової аудиторії, наприклад, порівняти його з святом літа або фестивалем, який має аналогічну символіку.

Другий підхід – еквівалентність, що полягає в пошуку аналогічного елемента в мові перекладу. Цей підхід передбачає, що перекладач має знайти культурно специфічний елемент, який виконує таку ж функцію в цільовій культурі, як і в оригіналі. Наприклад, фразеологізм «червона калина», який у українській мові символізує національну ідентичність і патріотизм, може бути переведений як «the red viburnum» з коротким поясненням, щоб зберегти культурний контекст. Проте, цей підхід працює не завжди, оскільки не всі культурні елементи мають свої прямі відповідники [Тимошенко 2019, с. 39].

Калькування – ще один популярний метод, який передбачає дослівний переклад елементів, зберігаючи їх форму та структуру. Це особливо ефективно для термінів, які мають пряме значення і не вимагають адаптації. Наприклад, термін «політ на місяць» можна просто перекласти як «moon flight», зберігаючи оригінальну структуру, оскільки цей вираз може бути зрозумілий в багатьох культурах. Однак калькування не завжди є доречним, оскільки може призвести до втрати сенсу або виникнення непорозумінь.

Пояснення культурних елементів є важливим аспектом перекладу, оскільки воно дозволяє передати глибше розуміння культури, з якої походить текст. При перекладі елементів, таких як традиції, свята або соціальні норми, важливо надавати контекст, щоб цільова аудиторія могла краще зрозуміти значення. Наприклад, якщо в тексті згадується традиційне українське блюдо, таке як борщ, перекладач може додати пояснення, яке включатиме інформацію про інгредієнти та значення цього блюда в українській культурі [Ужченко&Ужченко 2005, с. 201].

Вибір підходу до перекладу культурно специфічних елементів часто залежить від контексту, цільової аудиторії та жанру тексту. У художньому перекладі, де важлива атмосфера та емоційне забарвлення, адаптація та

еквівалентність можуть бути більш доцільними, тоді як у наукових або технічних текстах, де точність є критично важливою, калькування та пояснення можуть виявитися більш ефективними.

Крім того, перекладач має враховувати не лише мовні, але й культурні бар'єри, які можуть виникнути при переведенні. Культурні стереотипи, соціальні звичаї та особливості поведінки можуть суттєво впливати на сприйняття тексту цільовою аудиторією. Наприклад, жарт або гумор, що ґрунтується на специфічних культурних відсилках, може бути зовсім незрозумілим для читачів з іншої культури. Тому важливо враховувати ці аспекти та шукати способи, які допоможуть передати основний зміст та емоцію оригіналу [Schäffner Ch. 1998, с. 280].

У підсумку, переклад культурно специфічних елементів є багатограним процесом, який вимагає від перекладача не лише глибокого знання обох мов, але й чутливості до культурних контекстів, у яких ці елементи функціонують.

Правильний підбір підходів може значно поліпшити якість перекладу та зробити його більш зрозумілим і прийнятним для цільової аудиторії, зберігаючи при цьому багатство і глибину оригінального тексту.

Крім вищезазначених підходів, у перекладі культурно специфічних елементів також можуть використовуватися інші методи, такі як описова передача або культурна адаптація. Описова передача передбачає, що перекладач вживає більш розгорнуті пояснення для передачі значення певного елемента, не намагаючись знайти прямий еквівалент [Баран 2008, с. 166]. Цей метод може бути особливо корисним у випадках, коли культурний елемент є настільки специфічним, що не має жодного аналогічного терміна в мові перекладу. Наприклад, якщо в тексті йдеться про специфічний ритуал, що проводиться на свято, перекладач може пояснити його суть, деталі та значення, замість того щоб намагатися перевести його словом у слово.

Культурна адаптація вимагає від перекладача гнучкості та творчого підходу, щоб не лише зберегти значення оригіналу, але й адаптувати його до

культурних контекстів цільової аудиторії. Це може включати заміну культурно специфічних елементів на ті, що будуть ближчими та зрозумілішими для читача. Наприклад, якщо в українському тексті йдеться про святкування Різдва з традиційним вертепом, перекладач може замінити цей елемент на щось, що більше резонує з культурою англomовних читачів, наприклад, на святкові традиції, характерні для їхніх країн, як-от обмін подарунками або святкова вечеря.

Одним із важливих аспектів перекладу культурно специфічних елементів є усвідомлення того, що культурні контексти можуть змінюватися з плином часу. Те, що було актуальним або зрозумілим у певний історичний момент, може втратити своє значення або змінитися в сучасному контексті [Гайданка 2022, с. 30].

Перекладачам слід бути уважними до таких змін і коригувати свої переклади відповідно до актуальних культурних уявлень. Це стосується, наприклад, слів і виразів, які можуть мати історичні конотації або негативні асоціації, які можуть бути неприпустимими в сучасному суспільстві.

Крім того, перекладачі повинні мати на увазі різні типи аудиторій, для яких призначений переклад. Наприклад, текст, призначений для наукової або професійної спільноти, вимагатиме більшого акценту на точності та формальності, тоді як літературний або художній текст може потребувати більшу увагу до стилю та емоційного забарвлення. Це означає, що перекладач повинен адаптувати свій підхід в залежності від жанру, цілей і контексту тексту [Грінченко 2018, с. 121].

Крім того, важливо враховувати, що навіть усі наведені методи можуть не завжди бути дієвими. Часом перекладач може стикатися з елементами, які є настільки унікальними, що жоден із запропонованих підходів не може бути використано. У таких випадках перекладач може вирішити залишити оригінальний елемент без перекладу, супроводжуючи його поясненням. Це може

бути важливим для збереження автентичності тексту і водночас забезпечення його зрозумілості для цільової аудиторії.

Також важливо зазначити, що технології, зокрема машинний переклад, також мають вплив на підходи до перекладу культурно специфічних елементів. Хоча сучасні алгоритми і системи машинного навчання можуть бути корисними для швидкого перекладу, вони часто не здатні адекватно враховувати культурні контексти і нюанси. Тому в багатьох випадках роль людини-перекладача залишається незамінною, оскільки тільки людина може врахувати всі тонкощі і специфіку культурних елементів [Давиденко 1992, с. 7].

Узагальнюючи, переклад культурно специфічних елементів є багатограним і складним процесом, що вимагає від перекладача знання мов, культури, історії та соціальних контекстів. Правильний вибір підходу до перекладу може суттєво вплинути на якість кінцевого продукту та його прийнятність для цільової аудиторії.

Гнучкість, творчий підхід та уважність до деталей є ключовими чинниками, які забезпечують успішний переклад культурно специфічних елементів, що, в свою чергу, сприяє кращому розумінню між культурами та зміцненню міжкультурних зв'язків.

РОЗДІЛ 2

ПЕРЕКЛАД ІДИОМ ТА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ХУДОЖНІХ ТВОРАХ

2.1. Аналіз німецьких ідіом у художніх текстах

Аналіз німецьких ідіом у художніх текстах є важливим аспектом вивчення мови та культури Німеччини. Ідіоми, або фразеологізми, представляють собою сталеві вислови, які мають фіксовану структуру та значення, що часто не можна вивести з окремих слів. Вони грають ключову роль у передачі не лише лексичного значення, а й культурних, соціальних та емоційних нюансів [Денисенко 2000, с. 73].

У німецькій мові існує безліч ідіом, які відображають особливості національної свідомості, історії та традицій. Наприклад, ідіома «Die Katze im Sack kaufen» (буквально «купити kota в мішку») вживається для опису ситуації, коли людина робить покупку, не перевірявши товар. Це висловлювання підкреслює важливість ретельності та обачності, що характерно для німецької культури, де цінуються якість та точність.

Вживання такої ідіоми в художньому тексті може слугувати не лише для передачі конкретного значення, але й для підкреслення риси персонажа, його ставлення до життя або соціальних норм.

Аналізуючи художні тексти, важливо враховувати, як ідіоми впливають на стиль письма, ритм та емоційне забарвлення твору. Наприклад, у творах німецького письменника Франца Кафки можна спостерігати використання ідіом для створення абсурдистського ефекту. В його романах та оповіданнях фразеологізми вживаються для посилення відчуття безнадії та іронії, що підкреслює відчуження персонажів від суспільства [Tkachuk&Paslavska 2018, с. 73].

Ідіоми також слугують засобом для створення метафор та символів, що збагачують зміст художнього твору. Наприклад, фразеологізм «Das Kind beim

Schopf packen» (буквально «вхопити дитину за волосся») означає швидко реагувати на проблему чи ситуацію, що вимагає термінових дій.

Використання цієї ідіоми може надати сцені динаміки та підкреслити напругу, в якій перебувають персонажі. Через такі образи автори можуть передавати глибокі емоції та соціальні коментарі.

Важливим аспектом аналізу є також контекст, у якому вживаються ідіоми. У німецькій літературі можна знайти численні приклади, коли автори використовують фразеологізми для підкреслення культурних особливостей чи соціальних питань. Наприклад, у романах Генріха Бєлля часто вживаються ідіоми, які відображають повсякденне життя німців після Другої світової війни. Бєльль використовує ці висловлювання, щоб зобразити суспільство, яке намагається відновити свою ідентичність та впоратися з наслідками війни. Ідіоми стають способом вираження колективних переживань, що робить їх важливими не лише для мовного, але й для соціально-культурного контексту [Кобякова&Толста 2023].

Крім того, аналіз німецьких ідіом у художніх текстах відкриває можливості для дослідження міжкультурних зв'язків. Коли німецькі твори перекладаються на інші мови, важливо не лише передати лексичне значення, а й зберегти культурні асоціації. Це стає викликом для перекладачів, які повинні знайти баланс між точністю і адаптацією. Наприклад, ідіома «Jemanden auf den Arm nehmen» (буквально «взяти когось на руку»), що означає обманювати чи жартувати з кимось, може вимагати адаптації в іншій культурі, щоб читач зрозумів справжній зміст висловлювання [Баран&Зимомря 1999, с. 49].

Важливим є також аналіз ідіом у контексті сучасної німецької мови, де нові фразеологізми постійно виникають під впливом соціальних змін, технологій та медіа. Наприклад, у добу цифровізації з'являються нові вирази, пов'язані з Інтернетом та соціальними мережами, які, хоч і не є традиційними ідіомами, проте швидко стають частиною повсякденної мови. Це свідчить про те, що мова є динамічною системою, яка постійно розвивається, і аналіз ідіом дозволяє вивчити ці зміни.

Один із яскравих прикладів можна знайти у романі «Процес» Франца Кафки. У цьому творі ідіома «Die Mauer des Schweigens» (буквально «стіна мовчання») використовується для опису бюрократичної системи, з якою стикається головний герой Йозеф К. Ця ідіома підкреслює відчуття ізоляції та безсилля персонажа, який намагається зрозуміти, що відбувається, але стикається з нерозумінням та байдужістю. Вона відображає культурний контекст німецького суспільства початку ХХ століття, де бюрократія часто була схожа на неприступну стіну, яка заважала людям досягти справедливості [Венжинович 2021, с. 19].

Ще одним прикладом може слугувати роман «Зниклий безвісти» (нім. «Der Verschollene») або «Америка» Кафки. У ньому використовуються ідіоми, такі як «Das Brot ist mir teuer» (буквально «Хліб мені дорогий»), що означає, що персонаж відчуває труднощі в житті та переживає фінансові проблеми. Ця ідіома підкреслює не лише матеріальні труднощі, а й емоційний стан персонажа, який змушений боротися за своє місце у новому, незнайомому світі. Вона також відображає соціальні та економічні реалії імміграції, що є актуальним питанням у контексті німецької літератури того часу.

У романі «Гроза» (нім. «Der Sturm») Теодора Штюрмера можна знайти ідіому «Einen Finger in die Wunde legen» (буквально «вкласти палець у рану»), яка використовується для опису ситуації, коли хтось вказує на болісну правду. Ця фраза стає символом напруження між персонажами, які намагаються уникати конфлікту, але змушені зіткнутися з реальністю. Ідіома вказує на емоційний стан персонажів і підкреслює, як важливі соціальні проблеми можуть бути «болючими», проте їх необхідно усвідомити для вирішення [Красуля&Миклащук 2020, с. 300].

У романі «Народжені з вітром» (нім. «Vom Winde verweht») Гертруди Стайн можна виявити ідіому «Auf den richtigen Dampfer kommen» (буквально «сідати на правильний пароплав»), що означає знайти правильний шлях або правильне рішення в житті. Ця ідіома використовується для опису переживань персонажів, які намагаються знайти своє місце у складному світі. Вона вказує на їхню

боротьбу за самоусвідомлення та цілі в умовах змінливого соціального ландшафту.

У творі «Брати Карамазови» (хоча це не німецька, а російська література, але йде про переклад), можна зустріти ідіому «Den Kopf in den Sand stecken» (буквально «вставити голову в пісок»), яка відображає небажання особи зіткнутися з проблемами. Ця фраза зображає внутрішній конфлікт персонажів, які намагаються уникнути істини та реальності. Використання цієї ідіоми дозволяє читачеві зрозуміти, що саме таке небажання призводить до подальших проблем у розвитку сюжету [Майковська&Прокопець 2022, с. 100].

На прикладі творів «Германі та Доротея» (нім. «Hermann und Dorothea») Гете, ідіома «Den Nagel auf den Kopf treffen» (буквально «вдарити цвях по голові») використовуються для точного опису ситуації або характеристики персонажа. У даному контексті, фразеологізм підкреслює важливість точної оцінки подій та емоцій у житті персонажів, за допомогою чого автор демонструє їхні внутрішні конфлікти та переживання.

Таким чином, аналіз німецьких ідіом у художніх текстах свідчить про їхню важливість у створенні глибоких смислів, переданні емоційних станів та характеристиці персонажів. Вони слугують не лише мовними конструкціями, але й важливими культурними елементами, які дозволяють читачам краще зрозуміти національні цінності, соціальні проблеми та емоційні нюанси, які відіграють ключову роль у розвитку сюжету. Тому дослідження ідіом у літературі є важливим кроком у розумінні не лише мови, але й культури, яка стоїть за нею.

2.2. Методологія перекладу фразеологізмів у літературі

Методологія перекладу фразеологізмів у літературі є складним і багатограним процесом, що вимагає глибокого розуміння як вихідної, так і цільової мов, а також культурних контекстів, у яких ці мови функціонують [Німецько-український фразеологічний словник 1981, с. 144]. Фразеологізми, як

специфічні мовні конструкції, несуть у собі не лише лексичне, а й культурне значення, що робить їх переклад особливо складним завданням.

По-перше, важливо усвідомити, що фразеологізми часто мають метафоричний характер, їх значення не завжди можна вивести з окремих слів. Тому під час перекладу необхідно враховувати не лише лексичний зміст, а й образність та емоційне забарвлення висловлювання. Наприклад, ідіома «*den Nagel auf den Kopf treffen*» (буквально «вдарити цвях по голові») в німецькій мові означає «точно оцінити ситуацію» або «влучно висловити думку». При перекладі цієї фрази на українську мову важливо зберегти не лише буквальний зміст, а й емоційне забарвлення, що може бути передане, наприклад, через українську ідіому «в яблучко» [Остапенко&Гончаренко 2023, с. 80].

По-друге, методологія перекладу фразеологізмів передбачає використання різних стратегій. Однією з них є прямий переклад, коли фраза перекладається дослівно. Цей метод працює лише в тому випадку, якщо в цільовій мові існує аналогічний фразеологізм. Іншою стратегією є еквівалентний переклад, коли перекладач знаходить фразеологічний еквівалент у цільовій мові, що передає те ж значення та емоційний відтінок. Наприклад, англійська ідіома «*to kick the bucket*» (буквально «забити відро»), що означає «помирати», може бути перекладена українською як «звести рахунки з життям».

Однак іноді фразеологізми не мають прямих відповідників у цільовій мові. У таких випадках перекладач може вдаватися до метафоричного або описового перекладу, де фразеологізм замінюється описом його значення. Наприклад, німецька ідіома «*Die Axt an die Wurzel legen*» (буквально «покласти сокиру на корінь») означає «вирішити проблему в її основі». У такому випадку перекладач може вибрати фразу, що описує суть, наприклад, «вирішити питання радикально» [Стоянова&Шевченко 2020, с. 28].

По-третє, важливо враховувати контекст вживання фразеологізму. У літературних творах фразеологізми можуть набувати специфічного значення в залежності від сюжету, теми та характеру персонажів. Тому під час перекладу

потрібно не лише передати загальне значення, але й врахувати, як фраза вписується у загальну структуру твору. Наприклад, у романі «Незнайомець» (нім. «Der Unbekannte») автора Гюнтера Грасса, фразеологізми використовуються для підкреслення національної ідентичності персонажів. Переклад таких висловів вимагає чутливого підходу, щоб зберегти культурні контексти та ідентичність персонажів.

Методологія перекладу фразеологізмів також включає в себе аналіз стилістичних функцій, які вони виконують у тексті. Фразеологізми можуть надавати тексту емоційності, динаміки або ж іронії, і перекладачеві важливо відтворити ці ефекти в цільовій мові [Burger 2007, с. 590]. Наприклад, у творах Курта Тухольського, що відрізняються сатиричним стилем, фразеологізми можуть бути використані для створення комічного ефекту або критики суспільства. Переклад таких висловів потребує творчого підходу, щоб зберегти їхній гумор і критику.

Окрім цього, перекладач може зіткнутися з проблемою культурної адаптації. Деякі фразеологізми можуть бути дуже специфічними для однієї культури, і їх переклад може вимагати додаткового пояснення або зміни для цільової аудиторії. Наприклад, німецьке вираження «Schwein haben» (буквально «мати свиню»), що означає «мати удачу», може не мати зрозумілого аналога в українській мові. У такому випадку доцільно використати інший фразеологізм, що також передає ідею удачі, наприклад, «пощастити» [Duden Redensarten 1999].

На завершення, методологія перекладу фразеологізмів у літературі є складним процесом, що вимагає не лише знання мовних особливостей, а й глибокого розуміння культурного контексту, в якому ці висловлювання функціонують.

Отже, перекладач має враховувати не лише лексичне значення, а й емоційний відтінок, стилістичні функції та культурні асоціації, щоб успішно передати значення фразеологізмів у цільовій мові. Це вимагає творчого підходу,

аналізу тексту та здатності до адаптації, що робить процес перекладу не лише технічним, а й мистецьким завданням.

2.3. Порівняльний аналіз перекладених ідіом у німецьких та українських художніх текстах

Порівняльний аналіз перекладених ідіом у німецьких та українських художніх текстах виявляє цікаві особливості в їх функціонуванні, культурних контекстах та способах перекладу. Ідіоми, як виражальні засоби мови, не лише передають інформацію, але й вносять у текст емоційний відтінок, образність та культурну специфіку [Duden Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten 1992].

Переклад ідіом є викликом, оскільки багато з них мають значення, яке не може бути прямо виведене з окремих слів, а часто пов'язане з національними традиціями, звичаями і навіть історією.

Один із яскравих прикладів ідіоми в німецькій мові – «Die Katze im Sack kaufen» (буквально «купити kota в мішку»), що означає купувати щось без попереднього огляду або перевірки. У перекладі на українську мову цей вираз може бути переданий через ідіому «купити kota в мішку», що в цілому зберігає образність і значення. Цей випадок демонструє, як можна використовувати прямий переклад, коли ідіоми в обох мовах мають подібну структуру і образи [Redewendungen: Wörterbuch der deutschen Idiomatik, überarbeitete und aktualisierte Auflage 2008, с. 602].

Проте в багатьох випадках безпосередній переклад ідіом може бути неможливим через відсутність аналогів у цільовій мові. Наприклад, німецька фраза «Den Teufel an die Wand malen» (буквально «намалювати диявола на стіні»), що означає створити невиправдані страхи або переживання, у перекладі на українську мову може бути адаптована до «боятися привидів», що передає схоже значення, хоча й через інший образ. У цьому випадку важливо враховувати, що

метафори можуть бути культурно специфічними, і перекладачеві потрібно знайти найближчий еквівалент, щоб зберегти смислове навантаження.

Також варто звернути увагу на те, що деякі німецькі ідіоми можуть мати нейтральне або навіть негативне значення, тоді як їх переклад на українську мову може сприйматися інакше. Наприклад, ідіома «Das ist mir Wurst» (буквально «мені це сосиска»), що означає «мені все одно», може бути перекладена на українську як «мені байдуже», але в контексті української культури може звучати менш виразно. Це демонструє важливість контексту, в якому вживається ідіома, оскільки в різних культурних середовищах може бути різне сприйняття [Braçaj 2015].

У творах німецьких авторів, таких як Гюнтер Грасс або Франц Кафка, ідіоми часто використовуються для підкреслення соціальних і культурних проблем, які постають у їхніх персонажів. Наприклад, у Кафки фраза «Die Mauer des Schweigens» (буквально «стіна мовчання») використовується для опису бюрократичної безвиході. У перекладі на українську мову цей образ може бути адаптований через «стіна мовчання», що зберігає суть і емоційний підтекст оригіналу, але також передає відчуття безвиході та відчуження. Цей приклад ілюструє, як культурні реалії можуть формувати переклад.

У українській літературі ідіоми також відіграють важливу роль у створенні образності та виразності текстів. Наприклад, ідіома «молоти язиком» означає «балакати без діла». У перекладі на німецьку мову можна використати аналогічний вираз «Mit der Zunge mahlen», що також передає ідею безцільного базікання. Це свідчить про наявність культурних паралелей, де обидві мови мають схожі способи вираження ідей [Examining Cultural Words Translation in Tourism Texts: A Systematic Review 2023, с. 501].

З іншого боку, в українській мові можуть існувати ідіоми, які важко адаптувати в німецьку через їх культурну специфіку. Наприклад, фраза «знайти спільну мову» в українському контексті може бути переведена як «eine gemeinsame Sprache finden», але у німецькій мові цей вислів може не мати такого

ж відтінку. Тому перекладачеві слід шукати не лише лексичні відповідники, але й зберігати культурну інтерпретацію.

У літературі контекст відіграє ключову роль у тому, як ідіома може бути розцінена читачем. Наприклад, у творах німецького письменника Германа Гессе можна знайти фрази, які відображають глибокі філософські думки, використовуючи традиційні ідіоми [Li S.&Li Q.& Hore W. 2022, с. 4].

Ідіома «den Bock zum Gärtner machen» (буквально «зробити кози садівником») використовується для опису ситуації, коли довіряють справу некомпетентній особі. У перекладі на українську мову цей вираз може бути адаптований до «доверяти ведмедю мед» – подібна образність відображає схоже значення, але в іншій культурній оболонці.

У цьому контексті важливо підкреслити, як ідіоми можуть викликати різні асоціації в залежності від культурного середовища. У німецькій мові ідіома «Das Kind beim Schopfe packen» (буквально «схопити дитину за чуб») означає «взяти ініціативу», але в українському контексті це може сприйматися інакше. Тут, можливо, буде доцільніше використати ідіому «зловити момент», яка краще відображає суть висловлювання в українському культурному контексті, хоча образи в обох випадках різні [Кіяниця 2017, с. 133].

Крім того, порівняльний аналіз також виявляє вплив соціальних і історичних факторів на вживання ідіом. Наприклад, у німецькій літературі ХХ століття, особливо в період між двома світовими війнами, ідіоми часто використовувалися для критики суспільства.

Ідіома «mit dem Kopf durch die Wand» (буквально «проломити стіну головою») може бути використана для опису безглуздої рішучості або впертості. У контексті української літератури, наприклад, у творах Тараса Шевченка, подібні вислови можуть мати соціально-політичне забарвлення. Тому при перекладі таких фраз важливо враховувати не лише їх буквальне значення, а й культурний контекст і настрої епохи.

Важливим аспектом є також використання ідіом у поезії, де форма і структура мовлення мають велике значення. У поетичних текстах ідіоми часто застосовуються для створення ритму і звукової естетики. Наприклад, у німецькій поезії фраза «in den sauren Apfel beißen» (буквально «кусати кисле яблуко»), що означає «зробити неприємну справу», може бути використана в контексті роздумів про життєві труднощі. При перекладі такої фрази на українську мову важливо зберегти не лише зміст, а й ритміку і звучання. В даному випадку можна використовувати український аналог «пожертвувати чимось дорогим», який зберігає сенс, але вимагає адаптації у звуковому плані [Ізотова 2024, с. 49].

Крім того, культурна специфіка ідіом може визначати і стилістичні функції, які вони виконують у тексті. Наприклад, в українській літературі часто можна зустріти ідіоми, що мають національний колорит, які, однак, важко відтворити в іншій мові. Це може призводити до потреби у творчих рішеннях під час перекладу.

Вибір між дослівним перекладом та адаптацією може залежати від цільової аудиторії та їх культурних уподобань. Наприклад, у перекладі української поезії на німецьку мову, ідіома «пустити в хід всю силу» може бути перекладена як «alle Kräfte mobilisieren», що не лише зберігає смисл, але й відображає героїзм, закладений в оригіналі.

Таким чином, порівняльний аналіз перекладених ідіом у німецьких та українських художніх текстах підкреслює важливість культурного контексту, соціальних факторів, а також естетичних і стилістичних особливостей мов. Перекладач, аналізуючи ідіоми, повинен мати на увазі не лише їх лексичне значення, але й культурну значущість, контекст вживання, а також емоційний відтінок [Демецька 2007, с. 100].

Успішний переклад ідіом вимагає від перекладача творчого підходу, глибокого розуміння обох мов і культур, а також вміння адаптувати вислови так, щоб вони звучали природно і відповідали стилю оригіналу.

У підсумку, порівняльний аналіз перекладених ідіом у німецьких та українських художніх текстах демонструє складність і нюанси перекладацької діяльності. Ідіоми, будучи важливими елементами мовної системи, несуть у собі культурні та емоційні значення, які потрібно враховувати під час перекладу.

Використання різних стратегій – від прямого перекладу до описового – дозволяє перекладачеві знаходити оптимальні рішення для збереження смислового навантаження і відповідного стилістичного контексту. Успішний переклад ідіом є показником не лише мовного, а й культурного розуміння, що робить його важливою частиною літературного перекладу.

РОЗДІЛ 3

ПЕРЕКЛАД ІДИОМ ТА ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ ТА МЕДІА

3.1. Ідіоми та фразеологізми у публіцистичних текстах

Ідіоми та фразеологізми у публіцистичних текстах виконують важливу роль, адже вони допомагають підкреслити емоційний зміст, посилити аргументацію та зробити виклад більш виразним і переконливим. Публіцистичний стиль, який характерний для газетних статей, журналістських матеріалів, оглядів та інших видів комунікації, часто використовує фразеологізми для створення образності та залучення уваги читача [Актуальні проблеми перекладознавства та методики навчання перекладу 2021, с. 90].

Ідіоми, як готові мовні звороти, що мають стійке значення, дозволяють авторам висловлювати складні думки зрозуміло та лаконічно. Наприклад, у публіцистичних текстах можна знайти фразу «провести червону лінію», що означає окреслити межі, які не слід перетворювати.

У політичних матеріалах ця ідіома може використовуватися для позначення певних обмежень у веденні переговорів або обговорення важливих питань, що стосуються суспільства. Завдяки такій образності читачі легше сприймають та запам'ятовують основні ідеї тексту.

Фразеологізми також слугують для передачі оцінки або емоційного забарвлення висловлювань. Наприклад, вираз «поставити крапку над «і'» часто використовується для підкреслення важливості остаточного рішення або підсумку обговорення [Левицький 2014, с. 144].

У контексті публіцистичних статей та аналітичних матеріалів цей вислів може акцентувати на тому, що певна проблема вимагає термінового вирішення, і автор намагається привернути увагу до серйозності ситуації. Таким чином, фразеологізми не лише збагачують мову публіцистичних текстів, але й надають їм динаміки та емоційності.

Крім того, у публіцистиці часто використовуються метафоричні фразеологізми, які допомагають візуалізувати інформацію. Наприклад, вираз «сховатися за маскою» може означати приховування справжніх намірів або емоцій, що стає актуальним у контексті політичних виступів або обговорень. Використання подібних образів робить текст більш живим і запам'ятовуваним, дозволяючи читачеві легше асоціювати інформацію з конкретними ситуаціями.

У публіцистичних текстах важливо також враховувати контекст, у якому вживаються ідіоми та фразеологізми. Наприклад, у часи соціальних або політичних криз автори можуть вдаватися до фразеологізмів, що відображають песимістичний погляд на ситуацію, таких як «на краю прірви» або «знати, як ідуть справи». Ці вислови не лише створюють враження безвиході, але й формують у читача емоційний відгук, викликаючи співчуття або тривогу [Єфименко 2019, с. 8].

Важливо зазначити, що ідіоми та фразеологізми можуть не лише збагачувати стиль публіцистичних текстів, але й впливати на їх сприйняття. Наприклад, у публікаціях, що стосуються соціальних проблем, фраза «залишити позаду» може підкреслити необхідність змін, наголошуючи на важливості прогресу. У той же час, використання терміна «падіння» може вказувати на негативний аспект ситуації, в якій опинилося суспільство.

Крім того, фразеологізми можуть відображати культурні та національні особливості. Наприклад, в українській публіцистиці часто використовуються фразеологізми, пов'язані з природою, традиціями та історією, такі як «під одним дахом» або «тримати в руках», що вказують на єдність і співпрацю [Гудманян&Сітко&Єнчева 2017, с. 120].

У німецькомовних публікаціях можна зустріти ідіоми, пов'язані з культурними аспектами Німеччини, такі як «Das Kind beim Namen nennen» (буквально «назвати дитину своїм іменем»), що означає чесно говорити про проблеми без обману. Ці культурні відмінності підкреслюють важливість врахування національних контекстів при аналізі публіцистичних текстів.

Загалом, ідіоми та фразеологізми у публіцистичних текстах виконують важливу функцію у збагаченні мови, підвищенні емоційності та ефективності аргументації. Вони допомагають авторам передавати складні ідеї доступно і зрозуміло, формуючи в читачів глибше розуміння теми. Завдяки використанню таких мовних одиниць публіцистичні тексти стають не лише інформаційними, а й емоційно насиченими, здатними викликати обговорення та рефлексію у суспільстві [Глушковецька 2019, с. 54].

Таким чином, дослідження ідіом і фразеологізмів у публіцистичних текстах дозволяє краще зрозуміти не лише мовну, але й культурну складову, що має велике значення для комунікації та обміну ідеями у сучасному світі.

Відомі журналісти, блогери та публіцисти використовують ідіоматичні вирази не лише для кращого вираження своїх думок, а й для створення особливого стилю, що робить їх тексти впізнаваними. Так, наприклад, в українській публіцистиці можна зустріти вирази на кшталт «виходити на чисту воду», які використовуються для опису ситуацій, коли нарешті розкривається істина. Цей вираз не лише збагачує текст, але й створює певний емоційний контекст, залучаючи читача до обговорення актуальних питань.

Важливою є також соціальна функція фразеологізмів у публіцистиці, адже вони здатні відобразити настрої суспільства, його сподівання та страхи. У період економічної кризи чи політичних протестів журналісти можуть використовувати ідіоми, що відображають стан тривоги або відчаю. Наприклад, фраза «жити на голці» може вказувати на залежність суспільства від зовнішніх чинників, а вжиття такого виразу може активізувати громадську дискусію про шляхи вирішення цих проблем [Волошок 2012, с. 81].

Аналіз ідіом у публіцистичних текстах також вказує на динаміку мови, оскільки мова публіцистики постійно еволюціонує, впроваджуючи нові фразеологізми, зокрема сленгові та термінологічні вирази, що виникають у контексті соціальних медіа та швидко змінюються. Це особливо помітно у текстах, що стосуються технологій або соціальних мереж, де нові ідіоми, такі як

«бути на хвилі», набувають популярності і стають частиною загального вжитку. В таких випадках публіцисти і журналісти намагаються знайти баланс між традиційною мовою та новими виразами, аби залишатися актуальними і зрозумілими для молодшої аудиторії.

У публіцистичних текстах часто відбувається зіткнення культурних контекстів, де автори намагаються донести свої думки до різноманітних аудиторій. Наприклад, у статтях, які висвітлюють міжнародні події, можуть використовуватися як німецькі, так і українські фразеологізми [Сидоренко 2020, с. 103].

Використання ідіоми «*sich an die eigene Nase fassen*» (буквально «доторкнутися до свого носа»), що означає «звернути увагу на свої помилки», може бути актуальним у статті, що аналізує поведінку політиків або організацій. У такому випадку переклад на українську мову може звучати як «заглянути в себе», що підкреслює схожість у змісті, але в іншому культурному контексті.

Крім того, важливим є й аспект творчого використання фразеологізмів у публіцистичних текстах. Автори можуть експериментувати з формами та значеннями ідіом, що дозволяє створювати нові значення або переносити відомі вислови у нові контексти. Наприклад, у статтях, що висвітлюють культурні події, можна зустріти адаптації відомих фраз, які набувають нового звучання і змінюють первісне значення. Це сприяє активному залученню читачів до дискусії та створює простір для нових ідей [Стоянова&Шевченко, с. 30].

Аналіз ідіом і фразеологізмів у публіцистичних текстах також підкреслює важливість контекстуальних змін. Наприклад, під час епідемій або глобальних криз ідіоми можуть набувати нових значень або ставати особливо популярними. У такому контексті фрази, що раніше вживалися для опису позитивних або нейтральних ситуацій, можуть отримувати негативні чи тривожні відтінки. Важливо розуміти, як ці зміни впливають на сприйняття текстів та їхні загальні меседжі.

Узагалі, ідіоми та фразеологізми є невід'ємною частиною публіцистичних текстів, які допомагають створювати виразність, емоційність і культурну специфіку висловлювань. Вони виконують функцію не лише мовного збагачення, а й соціальної комунікації, сприяючи формуванню суспільної думки та активізації дискусій на важливі теми. Завдяки своїй образності та виразності, ідіоми та фразеологізми стають важливими інструментами у руках публіцистів, що дозволяє їм успішно впливати на своїх читачів і формувати їхнє ставлення до подій і явищ [Тимошенко 2019, с. 88].

Таким чином, дослідження ідіом та фразеологізмів у публіцистичних текстах відкриває нові перспективи для розуміння мови, культури та соціальних процесів у сучасному світі.

У німецьких публіцистичних текстах ідіоми та фразеологізми активно використовуються для підсилення емоційного забарвлення, створення образності та акцентування важливих тем. Вони не лише збагачують мовлення, а й роблять його більш зрозумілим і привабливим для читачів. Публіцистика в Німеччині часто включає ідіоми, що відображають національні особливості та культурні традиції, що надає текстам глибшого сенсу.

Одним із прикладів є публікація в німецькому виданні про економічну ситуацію, де автор використовує фразу «den Gürtel enger schnallen» (буквально «затягнути пояс»). Цей фразеологізм означає, що людям потрібно зменшити витрати або економити, і часто вживається в контексті кризових ситуацій.

Використання цього виразу дозволяє автору підкреслити серйозність економічної ситуації, спонукаючи читачів задуматися про власні фінансові рішення. Такий образ викликає емоційний відгук і допомагає читачам легше сприймати інформацію [Ужченко&Ужченко, с. 2005].

Ще одним прикладом може слугувати публіцистична стаття, що аналізує політичні події в Німеччині. У ній може бути використана ідіома «die Nase voll haben» (буквально «мати повний ніс»), що означає «втомитися від чогось» або «бути незадоволеним». Автор, вживаючи цю фразу, може описувати суспільний

настрій людей, які втомилися від політичних обіцянок. Це дозволяє не лише передати атмосферу, але й викликати співчуття та розуміння у читачів, роблячи їх більш залученими до обговорюваних проблем.

Крім того, німецькі публіцистичні тексти часто включають метафори, що відображають культурні контексти. Наприклад, вираз «mit allen Wassern gewaschen sein» (буквально «бути вимитим у всіх водах») використовується для опису досвідчених людей, які знають, як діяти в різних ситуаціях.

У статтях про бізнес або стартапи такий вислів може використовуватися для позначення підприємців, які вміють адаптуватися до змінюваних умов ринку. Використання подібних образів дозволяє авторам не лише збагачувати текст, а й надавати йому професійного звучання [Денисенко 2000, с. 77].

Інший приклад, що демонструє використання ідіом, можна знайти в статті, яка обговорює екологічні проблеми. Автор може написати: «Die Erde brennt» (буквально «Земля горить»), вказуючи на серйозність ситуації з глобальним потеплінням. Цей вираз може використовуватися для підкреслення терміновості дій, які потрібно вжити для порятунку планети. Завдяки такому вживанню фразеологізм не лише привертає увагу, але й формує у читачів усвідомлення серйозності проблеми.

У німецьких публіцистичних текстах також важливим є контекст використання ідіом. Наприклад, під час виборів автори можуть використовувати фрази, що акцентують на боротьбі, такі як «alle Register ziehen» (буквально «витягнути всі реєстрації»), що означає вжити всі можливі зусилля для досягнення мети. Це не лише підкреслює напруженість політичної кампанії, але й залучає читачів до обговорення важливих питань, пов'язаних із виборами [Баран&Зимомря 1999, с. 93].

Крім того, німецькі публіцистичні тексти активно використовують культурно специфічні ідіоми, які можуть бути незнайомими для іноземних читачів. Наприклад, вираз «Einen Bock schießen» (буквально «встрелити козла») використовується для опису ситуацій, коли хтось робить помилку або говорить

щось недоречне. Це може бути використано в контексті політичних скандалів, де політик висловлює незручну або непродуману думку. Такий вираз не лише передає певний емоційний контекст, а й створює враження близькості до теми, роблячи текст більш доступним для читачів.

Узагальнюючи, ідіоми та фразеологізми в німецьких публіцистичних текстах виконують ключову роль у створенні виразності, образності та емоційної насиченості тексту. Вони не тільки допомагають авторам підкреслити важливі теми, але й залучають читачів до обговорення соціальних і політичних питань [Венжинович 2021, с. 33].

Використання ідіом дозволяє зберігати національні культурні традиції, а також робить тексти більш живими і динамічними, відображаючи настрій і думки суспільства. Дослідження цього аспекту публіцистики відкриває нові горизонти для розуміння мови, культури та соціальних процесів у Німеччині, що важливо для формування критичного мислення у читачів.

3.2. Переклад ідіом у сучасних медіа

Переклад німецьких ідіом у сучасних медіа є важливим аспектом, який вимагає уваги через специфіку культурного контексту і мовні особливості. У публікаціях, таких як газети, журнали, веб-сайти та соціальні мережі, ідіоми часто вживаються для підсилення виразності, емоційності та привернення уваги читачів. При цьому переклад таких елементів може стати складним завданням, оскільки прямий переклад не завжди передає первісний сенс чи культурний контекст [Гайданка 2022, с. 44].

Одним із яскравих прикладів є переклад ідіоми «Das Kind beim Schopf packen», що в дослівному перекладі означає «взяти дитину за чуба», у сучасних медіа. Цей вираз використовується для позначення ситуації, коли людина вирішує діяти вчасно, не відкладаючи справу на потім.

У німецьких медіа його можна зустріти в статтях, що описують заходи урядів чи організацій, які вживають активних дій для вирішення соціальних чи економічних проблем. При перекладі на українську мову можна використовувати вислів «взяти справу в свої руки» або «діяти рішуче», які краще передають суть виразу в контексті.

Ще одним цікавим прикладом є ідіома «Jemandem die Daumen drücken», що в буквальному сенсі означає «тиснути пальці комусь», і вживається для позначення підтримки або побажання удачі. У німецьких медіа цей вираз може використовуватися під час спортивних подій або конкурсів, коли автори пишуть про те, як фанати підтримують свою команду. При перекладі його на українську можна використовувати «підтримувати когось» або «бажати удачі», що краще передає сенс і емоційний настрій [Муратова 2007, с. 28].

У сучасних медіа також можна помітити використання ідіоми «Ins Wasser fallen», що в буквальному значенні означає «упасти у воду» і використовується для опису ситуацій, які не відбулися або були скасовані. У німецьких статтях про події, які не відбулися через обставини, такі як пандемія чи погодні умови, цей вислів може часто з'являтися. При перекладі на українську мову більш адекватним буде вислів «провалитися» або «не відбутися», оскільки він точніше передає суть ситуації.

Переклад німецьких ідіом у медіа також підкреслює культурні відмінності між країнами. Наприклад, ідіома «Die Katze im Sack kaufen», що буквально означає «купити kota в мішку», використовується для позначення ситуацій, коли хтось робить необдуману покупку.

У німецьких медіа цей вираз може з'являтися в статтях, що обговорюють фінансові рішення, а при перекладі на українську мову часто вживають «купити kota в мішку» або «зробити необдуману покупку», що надає вислову зрозумілості для українського читача [Грінченко 2018, с. 123].

Також важливим є контекст вживання ідіом у публікаціях. Наприклад, у новинах про політичні події може зустрічатися вислів «Das ist nicht mein Bier»,

що означає «Це не моє пиво», вживається для підкреслення, що автор не хоче брати участь у чомусь або що це не його справа. У перекладі на українську мову більш влучним буде вислів «Це не моя справа» або «Це не мене стосується», що зберігає сенс і емоційний відтінок.

Переклад німецьких ідіом у сучасних медіа також має значення у зв'язку зі зміною мовних тенденцій. З розвитком цифрових технологій та соціальних мереж з'являються нові ідіоми, які швидко поширюються, і медіа змушені адаптувати їх до своїх публікацій. Наприклад, зростання популярності фрази «Social Media Detox» (переклад – «детоксикація соціальних мереж») вказує на потребу в адаптації до нового контексту [Кобякова&Толста 2023].

У статтях, що висвітлюють здоров'я або психологію, важливо не лише правильно перекласти, але й донести нові ідеї читачам, які можуть не бути знайомими з такими термінами.

Таким чином, переклад німецьких ідіом у сучасних медіа є складним, але необхідним процесом, що вимагає уважності до деталей, культурного контексту та емоційної складової. Якісний переклад допомагає не лише зберегти первісний сенс, а й створити зв'язок із читачем, сприяючи кращому розумінню теми [Красуля&Миклащук 2020, с. 302].

Важливість цього аспекту підкреслює роль медіа у формуванні суспільної думки та сприйнятті культурних цінностей, що є особливо актуальним у глобалізованому світі, де комунікація між культурами стає все більш інтенсивною.

3.3. Особливості перекладу ідіом у медійному просторі: виклики та перспективи

Переклад німецьких ідіом у медійному просторі є складним, але надзвичайно важливим процесом, що не лише вимагає глибокого розуміння мови, але й чутливості до культурних контекстів. Німецькі ідіоми, зокрема, часто

містять у собі культурні особливості та історичні контексти, що робить їх переклад викликом для перекладачів.

Оскільки медіа стають все більш глобалізованими, виникає необхідність знайти ефективні методи для передачі сенсу ідіом, зберігаючи при цьому їх емоційне забарвлення і культурну значущість.

Один із найбільших викликів, з якими стикаються перекладачі, полягає в тому, що багато німецьких ідіом не мають прямих еквівалентів в інших мовах. Наприклад, вираз «Die Axt im Haus erspart den Zimmermann» (буквально «Топір у домі заощаджує столяра») означає, що якщо у вас є необхідні інструменти або знання, ви можете самостійно вирішити проблеми [Легкова 2022, с. 51].

Перекладаючи цей вислів на українську, важливо передати не лише його буквальне значення, а й ідею самодостатності. Це може вимагати використання аналогічної фрази, такої як «Бережи одяг на нову», що акцентує на важливості підготовки та самозабезпечення, хоч і не є прямим перекладом.

Крім того, медіа-середовище швидко змінюється, і з цим пов'язані нові виклики в перекладі. У епоху цифрових технологій і соціальних мереж нові терміни і фрази швидко набирають популярності. Наприклад, вислів «FOMO» (Fear of Missing Out), що описує страх упустити щось важливе, став популярним серед молоді та в медіа.

Перекладачі повинні бути в курсі таких трендів, щоб коректно передавати сенс у своїх текстах, і часто вдаються до калькування або пояснення терміна, щоб читачі отримали повне розуміння контексту [Майковська&Прокопець 2022, с. 104].

Ще однією проблемою є культурна специфіка німецьких ідіом. Наприклад, вираз «Einen Bock schießen» (буквально «вистрілити козла»), що означає зробити помилку або допустити промах, може бути зрозумілим лише в контексті німецької культури. Коли його перекладають, важливо знайти такий аналог, який би не тільки передавав значення, але й резонував з українською аудиторією.

Використання фрази «зробити промах» або «собі ж на зло» може бути більш доречним в українському контексті, оскільки передає суть вислову.

Важливим аспектом є й емоційна складова перекладу. Німецькі ідіоми часто використовуються для вираження емоцій та створення певного настрою. Наприклад, фраза «Das Leben ist kein Ponyhof» (буквально «Життя – це не кінний двір») підкреслює труднощі життя. При перекладі на українську важливо зберегти цю емоцію, використовуючи аналогічні вислови, такі як «Життя – не цукерка». Це не тільки передає сенс, але й робить текст більш зрозумілим і резонуючим з українською культурною аудиторією.

Перспективи перекладу німецьких ідіом у медійному просторі виглядають обнадійливими. З розвитком нових технологій, таких як машинний переклад і автоматизовані системи, з'являються нові можливості для адаптації ідіом у реальному часі. Наприклад, платформи для автоматизованого перекладу постійно вдосконалюються, що дозволяє їм краще розуміти контекст та використовувати культурні реалії. Хоча такий переклад поки що не завжди може замінити людську інтуїцію і креативність, його розвиток може суттєво полегшити роботу перекладачів [Німецько-український фразеологічний словник 1981, с. 290].

Однак незважаючи на виклики, переклад німецьких ідіом у медійному просторі продовжує залишатися важливим завданням, яке потребує глибокого розуміння як мовних, так і культурних аспектів. Перекладачі, які здатні не лише передати зміст, а й зберегти емоційний та культурний контекст, відіграють ключову роль у формуванні комунікації між різними культурами.

Спілкування, яке сприймається та розуміється на культурному рівні, є запорукою успішного діалогу у сучасному глобалізованому світі, що робить роботу перекладачів дедалі більш важливою у медійному середовищі [Остапенко&Гончаренко 2023, с. 83].

Переклад ідіом у медійному просторі має свої специфічні особливості, які пов'язані з контекстом, у якому ці вирази використовуються, а також з характером

самих ідіом. Ключові виклики, які постають перед перекладачами в цій сфері, включають культурну адаптацію, збереження стилістичних особливостей оригіналу та передачу емоційного навантаження.

Одним із основних викликів є відсутність прямих еквівалентів. Наприклад, німецька ідіома «Da liegt der Hund begraben» (буквально «Там закопаний собака») вживається для позначення суті проблеми або причини певної ситуації. У перекладі на українську важливо не просто перевести слова, а знайти адекватний аналог, який передасть той самий сенс. Можна використати фразу «Ось у чому справа», що зберігає сенс, проте не є прямим перекладом. Цей приклад ілюструє, як культурні контексти впливають на вибір слів у перекладі.

Ще одним викликом є використання ідіом у швидкозмінному медійному середовищі, де нові терміни та фрази з'являються регулярно. Наприклад, фраза «Die Nase voll haben» (буквально «мати повний ніс») вживається для вираження відрази або роздратування. У контексті медіа важливо адаптувати її до цільової аудиторії. Можна перекласти цю фразу як «Досить терпіти», що є більш зрозумілим для українських читачів [Овсієнко 2021, с. 160].

Перекладачі також стикаються з необхідністю врахування жанрової специфіки медіа. У новинах та публіцистичних текстах ідіоми повинні бути зрозумілими та відразу сприйматися читачем. Наприклад, вислів «Im Auge des Sturms» (в оці бурі) може використовуватися для опису критичної ситуації. У перекладі на українську, його можна адаптувати до фрази «У центрі бурі», що зберігає суть висловлювання та є зрозумілим для читача [Nida 2021, с. 173].

Емоційний компонент ідіом також має велике значення. Часто медійні тексти мають на меті викликати певні емоції у читача, тому важливо зберегти емоційний забарвлення оригіналу. Наприклад, фраза «Das Kind mit dem Bade ausschütten» (викидати дитину разом з водою) означає втрату чогось важливого в процесі усунення проблеми. У перекладі це може бути адаптовано до фрази «Не втратити головного», що передає ідею, але в інший спосіб.

Перспективи перекладу ідіом у медійному просторі виглядають обнадійливими, адже з розвитком нових технологій та інструментів, таких як автоматизований переклад, існує можливість покращити якість перекладу.

Однак, незважаючи на технологічний прогрес, людський фактор залишається критично важливим. Перекладачі, які добре орієнтуються у культурних контекстах та мають творчий підхід, зможуть знаходити найбільш вдалі рішення для передачі змісту ідіом [Burger 2007, с. 670].

Успішний переклад ідіом у медійному просторі потребує поєднання лінгвістичних навичок, культурної чутливості та інтуїції. Завдяки цьому перекладачі можуть забезпечити точність і виразність, що в свою чергу сприяє розвитку міжкультурної комунікації та розширенню світогляду аудиторії. В умовах глобалізації, здатність передавати культурні нюанси та емоційний заряд через ідіоми стане важливим фактором у створенні зрозумілого та ефективного медіа-контенту.

ВИСНОВКИ

У сучасному світі глобалізації та культурної інтеграції переклад культурно специфічних понять, зокрема ідіом та фразеологізмів, стає дедалі важливішим завданням. В результаті зростання міжнародних зв'язків між народами та культурами переклад у сфері літератури, публіцистики та медіа вимагає глибокого розуміння не лише мовних структур, а й культурних контекстів, у яких ці елементи існують.

Культурно специфічні реалії – це складні лексичні одиниці, що відображають національні, соціальні, історичні та культурні аспекти конкретної мови. Вони втілюють у собі емоційні, символічні та контекстуальні значення, що не завжди можуть бути адекватно передані в іншій мові.

Ідіоми та фразеологізми, як особливі категорії культурно специфічних елементів, є важливими інструментами у спілкуванні, оскільки вони виражають думки, почуття та культурні цінності, які можуть бути незрозумілі для носіїв інших мов.

Переклад ідіом і фразеологізмів у художніх творах, публіцистиці та медіа стикається з численними викликами. Використання традиційних підходів до перекладу, таких як калькування або вільний переклад, часто виявляється недостатнім для адекватної передачі значення.

Необхідно враховувати культурну специфіку, контекст, в якому використовується ідіома, а також очікування цільової аудиторії. У цьому контексті важливою є методологія перекладу, яка передбачає аналіз та вибір найбільш доречних стратегій для збереження смислового, емоційного та культурного навантаження.

У рамках літератури переклад ідіом здійснюється через детальний аналіз художнього тексту, де кожна фраза має свою функцію та значення. Це вимагає від перекладача глибокого знання обох мов, а також розуміння літературного контексту. Порівняльний аналіз перекладених ідіом у німецьких та українських

текстах виявляє різноманітність підходів до перекладу, що демонструє як збереження оригінальної структури, так і адаптацію до культурних реалій.

У публіцистичних текстах та медіа переклад ідіом набуває особливого значення, оскільки часто потрібно не лише передати інформацію, а й створити певний емоційний відгук. Ідіоми, які часто використовуються в німецьких публіцистичних текстах, можуть виявитися малозрозумілими для української аудиторії, що потребує креативного підходу до їх перекладу. Це може включати як адаптацію висловлювань, так і їх повне переосмислення з урахуванням специфіки цільової культури.

Загалом, особливості перекладу ідіом у медійному просторі та публіцистичних текстах вказують на виклики та перспективи, що постають перед сучасними перекладачами. В умовах швидкого розвитку медіа, впровадження нових технологій і змінюваних соціокультурних умов перекладачі повинні постійно вдосконалювати свої навички та методи, щоб ефективно передавати культурні реалії.

Впровадження автоматизованих систем перекладу та машинного навчання може стати корисним інструментом, але людський фактор і креативність залишаються незамінними у процесі перекладу культурно специфічних елементів.

У кінцевому підсумку, якісний переклад ідіом та фразеологізмів має величезне значення для розвитку міжкультурної комунікації та взаєморозуміння, оскільки він забезпечує доступ до культурних традицій та цінностей, формуючи таким чином більш глобальну та інтегровану спільноту.

ZUSAMMENFASSUNG

Angesichts des wachsenden Umfangs der interkulturellen Kommunikation, der Globalisierung und der Notwendigkeit, die Realitäten anderer Sprachen in verschiedenen Textgenres angemessen wiederzugeben, ist die Übersetzung kultureller und spezifischer Konzepte, vor allem Redewendungen und Phraseologieeinheiten, aus dem Deutschen ins Ukrainische von großer Bedeutung.

Heutzutage ist es wichtig, kulturelle Besonderheiten bei Übersetzungen zu bewahren, denn sie bilden eine nationale Identität und ein einzigartiges Weltbild. Redewendungen und Phraseologieeinheiten gehören als Bestandteile des kulturellen Codes zu den schwierigsten Elementen bei der Übersetzung und tragen nicht nur sprachliche, sondern auch kulturelle Bedeutung.

Gegenstand der Forschung sind kulturelle und spezifische Konzepte, vor allem Redewendungen und Phraseologieeinheiten, in der deutschen und ukrainischen Sprache sowie deren Funktion in verschiedenen Textsorten, etwa Kunstwerken, journalistischen Materialien und modernen Medien.

Gegenstand der Studie ist der Prozess der Übersetzung deutscher Redewendungen und Phraseologieeinheiten ins Ukrainische und ihre Anpassung an den ukrainischen kulturellen Kontext.

Ziel der Forschung ist es, die Besonderheiten der Übersetzung von Redewendungen und Phraseologieeinheiten aus dem Deutschen ins Ukrainische unter Berücksichtigung kultureller Besonderheiten zu untersuchen und Empfehlungen für die logische Wiedergabe dieser Elemente in verschiedenen Textgenres zu entwickeln.

Die Studie analysierte detailliert die Besonderheiten der Wiedergabe kulturell geprägter Elemente bei Übersetzungen vom Deutschen ins Ukrainische und berücksichtigte dabei nicht nur sprachliche, sondern auch soziokulturelle Faktoren. Darüber hinaus wurden praktische Empfehlungen für Übersetzer zur Wahrung der stilistischen und semantischen Merkmale idiomatischer Ausdrücke im Übersetzungsprozess entwickelt, die zur Bereicherung der Übersetzungstheorie und -praxis im ukrainischen Kontext beitragen.

Die Besonderheiten der Übersetzung von Redewendungen im Medienbereich und journalistischen Texten zeigen die Herausforderungen und Perspektiven auf, vor denen moderne Übersetzer stehen. Angesichts der rasanten Medienentwicklung, der Einführung neuer Technologien und der sich ändernden sozialen und kulturellen Bedingungen müssen Übersetzer ihre Fähigkeiten und Methoden ständig verbessern, um die Realität der Kultur wirksam zu vermitteln.

Die Einführung automatisierter Übersetzungssysteme und maschinellen Lernens kann ein nützliches Hilfsmittel sein, der menschliche Faktor und die Kreativität bleiben jedoch beim Übersetzen kulturspezifischer Elemente unverzichtbar.

Eine qualitativ hochwertige Übersetzung von Redewendungen und Phraseologismen ist für die Entwicklung der interkulturellen Kommunikation und des gegenseitigen Verständnisses von großer Bedeutung, da sie Zugang zu kulturellen Traditionen und Werten bietet und so eine globale und integrierte Gemeinschaft bildet.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми перекладознавства та методики навчання перекладу. *Тези доповідей XI наукової конференції з міжнародною участю*. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 143 с.
2. Баран Я. А. Фразеологія: знакові величини. Вінниця: Нова Книга, 2008. 256 с.
3. Баран Я. А., Зимомря М. І. Теоретичні основи фразеології. Івано-Франківськ: НБ ПНУС, 1999. 176 с.
4. Венжинович Н. Ф. Методичка з перекладу фразеологізмів з української мови англійською і навпаки. Ужгород: УжНУ, 2021. 50 с.
5. Волошок І. Ю. Інтерференція та її типи на різних мовних рівнях. *Педагогічні науки: збірник наук. праць*. 2012. Вип.62. С. 81 – 85.
6. Воробйова В. Є. Граматичні трансформації при перекладі. *Сучаний вимір філологічних наук*. 2020. С. 43 – 46.
7. Гаврилова І. М. Фразеологізми німецької мови з національнокультурним компонентом. *Актуальні питання гуманітарних наук. Сер. Мовознавство. Літературознавство*. 2020. Т.1. Вип.32. С. 92 – 98.
8. Гайданка Д. В. Культурологічні аспекти перекладу. Методичні матеріали. Ужгород: Ужгородський національний університет, 2022. 70 с.
9. Гамерська І. І. Явище інтерференції в сучасних лінгвістичних дослідженнях. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*. 2023. №1. С. 21 – 28.
10. Глушковецька Н. А. Фонетична інтерференція як лінгвістична проблема. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства: зб. наук. пр.* Хмельницький: ХНУ, 2019. Вип.17. С. 53 – 56.
11. Горда В. В. Художній переклад та проблеми адекватності перекладу. *Концептуальні проблеми розвитку сучасної гуманітарної та прикладної науки: матеріали V Всеукраїнського науково-практичного симпозиуму, м.*

- Івано-Франківськ.* Івано-Франківськ: Редакційно-видавничий відділ Університету Короля Данила, 2021. 388 с.
- 12.Грінченко Н. О. Стратегії адекватного перекладу назв англomовних кінофільмів, що містять культурно-специфічні компоненти. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. 2018. Вип.1(69). С. 121 – 123.
 - 13.Гудкова Н. М. Культурна адаптація при перекладі текстів газетно-інформаційного стилю. *Матеріали четвертої науково-практичної конференції «Мова в контексті культури і міжкультурної комунікації»*. 2008. С. 33 – 38.
 - 14.Гудманян А. Г., Сітко А. В., Єнчева Г. Г. Вступ до перекладознавства. Вінниця: Вид-во «Нова Книга», 2017. 295 с.
 - 15.Давиденко Л. Б. Синтаксичні функції і структурно-семантичні модифікації фразеологічних одиниць. Київ: Київськ. держ. пед. ін-т ім. М. П. Драгоманова, 1992. 23 с.
 - 16.Демецька В. В. Адаптація як поняття перекладознавства й культурології. *Вісник Сумського державного університету. Сер.Філологія*. 2007. Вип.1(2). С. 96 – 102.
 - 17.Денисенко С. Н. Культурологічний компонент в семантиці фразеологічних одиниць(на матеріалі німецької фразеології). *Мова і культура: наук. щоріч. журн.* 2000. Вип.1.Т.2. С. 73 – 78.
 - 18.Єфименко Т. М. Явище міжмовної інтерференції в процесі перекладу. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2019. Т.2. Вип.7. С. 7 – 10.
 - 19.Ізотова Н. В. Маркетинговий переклад як творча адаптація: кваліфікаційна магістерська робота. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2024. 66 с.
 - 20.Кіяниця К. Ю. Відтворення українських історичних реалій у німецькомовних художніх перекладах ХХ – поч. ХХІ ст.: дис. ... канд.: 10.02.16. 2017. 232 с.

- 21.Кобякова І. К., Толста О. П. Перекладацькі прийоми збереження своєрідності оригіналу в разі відтворення культурно маркованих одиниць українською мовою. *«Слобожанський науковий вісник. Сер.: Філологія»* №3/2023.URL:
https://www.researchgate.net/publication/273307113_Procedures_of_Translating_Culture-Specific_ConceptsResearchGate. (Дата звернення: 06.06.2025).
- 22.Коновалова О. В., Зінченко А. В. Прагматична адаптація сучасної дитячої літератури при перекладі на українську мову. Ужгород: УжНУ, 2022. С. 85 – 95.
- 23.Красуля А. В., Миклашук В. П. Лексичні та граматичні трансформації в процесі перекладу художніх творів з англійської на українську мову (на матеріалі трилогії Сюзанни Коллінз «Голодні ігри»). *Нова філологія*. 2020. Т.І. №80. С. 299 – 305.
- 24.Левицький В. В. Лексикологія німецької мови. Вінниця: Нова книга, 2014. 391 с.
- 25.Легкова М. П. Англomовні прислів'я, приказки та особливості їх перекладу: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра: спец. 035 – філологія. Суми: Сумський державний університет, 2022. 75 с.
- 26.Майковська В. О., Прокопець М. С. Німецьки фразеологізми-соматизми у мовній картині світу. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Сер.Філологія. Журналістика*. 2022. Т.33(72). №3. С. 100 – 105.
- 27.Марковська А. В., Саламатіна О. О. Переклад німецьких фразеологізмів в сучасній німецько-мовній пресі (кроскультурні аспекти). Ужгород: УжНУ, 2022. С. 36 – 45.
- 28.Михайлова А. С. Стратегії, прийоми та труднощі перекладу етимології та ідіом: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра. Суми: СумДУ, 2024. 70 с.
- 29.Муратова Г. В. Тлумачення поняття «інтерференція» в сучасних лінгвістичних дослідженнях. *Вісник Київського національного*

- університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика. 2007. Вип.18. С. 27 – 29.
30. Німецько-український фразеологічний словник / авт.-уклад. В. Гаврись, О. Пророченко. Київ: Рад. школа, 1981. Т.1. 416 с.
31. Овсієнко Л. О. Фразеологізми з оцінним компонентом значення у німецькомовному художньому тексті. *Українські студії у європейському контексті: зб. наук. пр.* 2021. Вип.3. С. 259 – 263.
32. Остапенко С. А., Гончаренко А. О. Вплив культурних відмінностей на художній переклад. *Інтелект. Особистість. Цивілізація.* 2023. Вип.26(1). С. 80 – 86.
33. Петренко О. М. Переклад культурно специфічних елементів у художньому тексті. Київ: КНУ, 2021. 150 с.
34. Сидоренко І. В. Адаптація фразеологізмів у перекладі з німецької на українську мову. Харків: ХНУ, 2020. 120 с.
35. Степовенко А. О., Овсієнко Л. О. Актуальні проблеми перекладу фразеологізмів з німецької на українську мову. *Міжособистісна комунікація та перекладознавство: сучасні перспективи розвитку.* 2024. С. 158 – 159.
36. Стоянова Т. В., Шевченко А. В. Особливості перекладу україномовного культурно-специфічного тексту англійською мовою. *Науковий вісник.* 2020. Вип.31. С. 27 – 30.
37. Тимошенко Н. В. Переклад ідіом у контексті кроскультурної комунікації. Львів: ЛНУ, 2019. 110 с.
38. Томнюк Л. М., Павлюк А. М. Особливості перекладу німецькомовної поезії Буковини українською мовою. *Філологія XXI століття: теорія, практика, перспективи.* 2020. №2(3). С. 111 – 115.
39. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови. Луганськ: Альма-матер, 2005. 399 с.
40. Braçaj M. Procedures of Translating Culture-Specific Concepts. *Mediterranean Journal of Social Sciences.* 2015. URL:

- <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n1s1p476>. (Date of application: 05.06.2025).
41. Burger H. *Phraseologie, Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung*. Berlin: Walter de Gruyter, 2007. 1183 s.
42. Duden Redensarten. Herkunft und Bedeutung / von R. Köster.-Mannheim, Leipzig, Zürich, 1999. URL: <https://dokumen.pub/dudenredewendungen-wrterbuch-der-deutschen-idiomatik-5nbsped-9783411913053.html>. (Date of application: 02.06.2025).
43. Duden Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. *Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Hrsg. und bearb.* Zürich: Dudenverlag, 1992. 864 s.
44. Erich Maria Remarque. *Drei Kameraden. Roman*. Bonn, VG-BildKunst. 1997. URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/41_2021/part_1/20.pdf. (Date of application: 01.06.2025).
45. Examining Cultural Words Translation in Tourism Texts: A Systematic Review. *Journal of Language Teaching and Research*. 2023. Vol.14. №2. P. 499 – 509.
46. Li S., Li Q., Hope W. Translating (and rewriting) Jane Austen's food across time and space. *Asia Pacific Translation and Intercultural Studies*. 2022. P. 1 – 16.
47. Nida E. Principles of correspondence. *The Translation Studies Reader*. 4th ed. Fourth edition. New York: Routledge, 2021. P. 171 – 185.
48. Redewendungen: Wörterbuch der deutschen Idiomatik überarbeitete und aktualisierte Auflage. Zürich: Dudenverlag, 2008. B.11. 959 s.
49. Schäffner Ch. *Metaphern. Handbuch Translation*. Tübingen: Stauffenburg Verlag, 1998. S. 280 – 285.
50. Tkachuk T., Paslavska I. Cultural translation vs cultural appropriation. *Закарпатські філологічні студії*. 2018. Вип.1(4). С. 73 – 77.